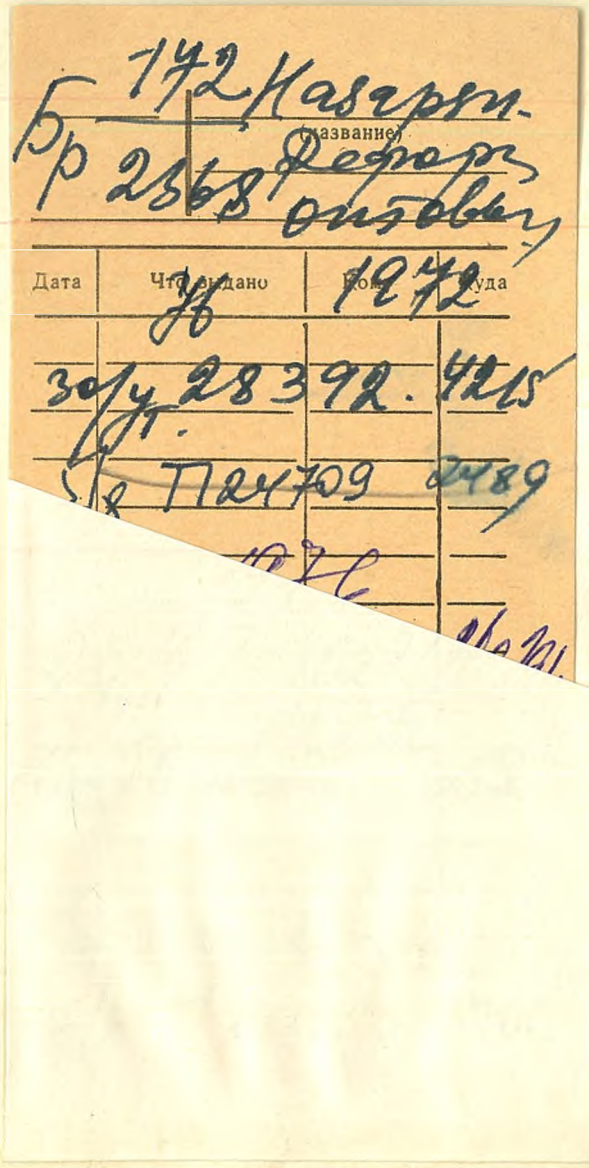


НИИЭП ГОСПЛАНА АРМЯНСКОЙ ССР

Бр 172
2368

РЕФОРМА ОПТОВЫХ ЦЕН И ПРОБЛЕМЫ ДАЛЬНЕЙШЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СССР

ЕРЕВАН—1972

3. Структура розничных цен продукции винодельческой промышленности

Розничные цены являются конечными ценами на товары, по которым они продаются потребителям через торговую сеть. Особенность государственных розничных цен состоит в том, что они плановые, единые, твердые.

Система плановых розничных цен является одной из важнейших экономических инструментов, используемых государством для повышения жизненного уровня трудящихся, формирования покупательского спроса на отдельные товары, распределения национального дохода.

В основе розничной цены лежит стоимость товара. В масштабе всего народного хозяйства сумма розничных цен всех товаров равна сумме их стоимости, что можно выразить следующей формулой:

$$\Sigma_{рц} = \Sigma (c + v + m).$$

Если в масштабе всего народного хозяйства сумма розничных цен всех товаров совпадает с их стоимостью, то по отдельным товарам они могут отклоняться от собственной стоимости. При социализме отклонение цены от стоимости является не только неизбежным, но во многих случаях целесообразным и полезным. Советское государство преднамеренно устанавливает относительно низкие розничные цены на товары первой необходимости: мясо, молоко, товары детского ассортимента, санитарно-гигиенического, лечебного, культурного назначения и др. Повышенные цены, наоборот, устанавливают на водку, коньяк, вино, табак, ювелирные изделия, легковые автомобили и др.

При установлении розничных цен на продукцию винодельческой промышленности государство исходит из следующих соображений:

а) алкогольные напитки не являются предметом первой необходимости;

б) сдерживать, ограничивать чрезмерное потребление алкогольных напитков. Чрезмерное употребление алкоголя наносит огромный вред его потребителю—члену социалистического общества (подрывает его здоровье, служит причиной несчастных случаев, морально разлагает их и т. д.). Высокие цены на алкогольные напитки продиктованы социальной необходимостью сдерживать, ограничивать их потребление. Понятно, что если бы при установлении розничной цены на водку государство исходило бы только из ее стоимости, т. е. на 1 дкл водки установило бы цену—3 руб. 50 коп., то население употребляло бы водки гораздо больше, чем употребляет теперь,

что отрицательно сказалось бы на коммунистическом воспитании трудящихся.

При помощи механизма цен часть стоимости прибавочного продукта, созданного в одних отраслях материального производства, в особенности сельском хозяйстве и тяжелой промышленности, отражаются в розничных ценах товаров, произведенных другими отраслями, в частности винодельческой промышленностью. Поэтому здесь розничные цены выше стоимости товаров. Они полностью включают стоимость продукта $(c + v + m)$, произведенного данной отраслью, плюс часть прибавочного продукта, созданного в сельском хозяйстве и в тяжелой промышленности и равняется $c + v + m + x_1 + x_2$, где x_1—та часть прибавочного продукта, созданного в сельском хозяйстве, которая не реализуется в заготовительной цене винограда и отражается в цене винодельческой продукции. В силу этого заготовительная цена на виноград будет выражаться формулой $c+v+m-x_1$.

Продукция тяжелой промышленности реализуется только по оптовым ценам, которые, по понятным причинам, устанавливаются ниже стоимости. По этой же причине основная часть прибавочного продукта, созданного в этой сфере материального производства, переходит к другим отраслям народного хозяйства, в том числе и винодельческой промышленности и выражается в розничных ценах их продукции. Оптовые цены средств производства, подобно закупочным ценам на сельхозпродукты, равняются $c + v + m - x_2$.

Основными элементами розничных цен на продукцию винодельческой промышленности являются: оптовая цена предприятия, налог с оборота и торгово-сбытовые скидки.

Произведенные нами исследования показали, что в структуре розничной цены на продукцию винодельческой промышленности большой удельный вес занимает налог с оборота. В розничной цене на водку он составляет 88,4%, на коньяк—47,9%, на крепленые вина—52,5%, на сухие вина—16,5% и т. д. (табл. 9).

Такой большой удельный вес налога с оборота в розничной цене винодельческой продукции объясняется тем, что как уже было сказано, часть прибавочного продукта, созданного в других отраслях народного хозяйства, особенно в сельском хозяйстве, реализуется в винодельческой промышленности и в виде налога с оборота поступает в государственный бюджет.

Категорию действующего в СССР налога с оборота, особенно на такие товары, как водка, коньяк, табак и т. д., буржуазные экономисты считают косвенным налогом и отождествляют с акцизмами. Тем самым они стараются доказать, что взимаемые от населения налоги в СССР достигают боль-

ших размеров. Это, конечно, никакой научной почвы под собою не имеет.

Таблици 9

Структура средней розничной цены продукции винодельческий промышленности Армянской ССР за 1967 год

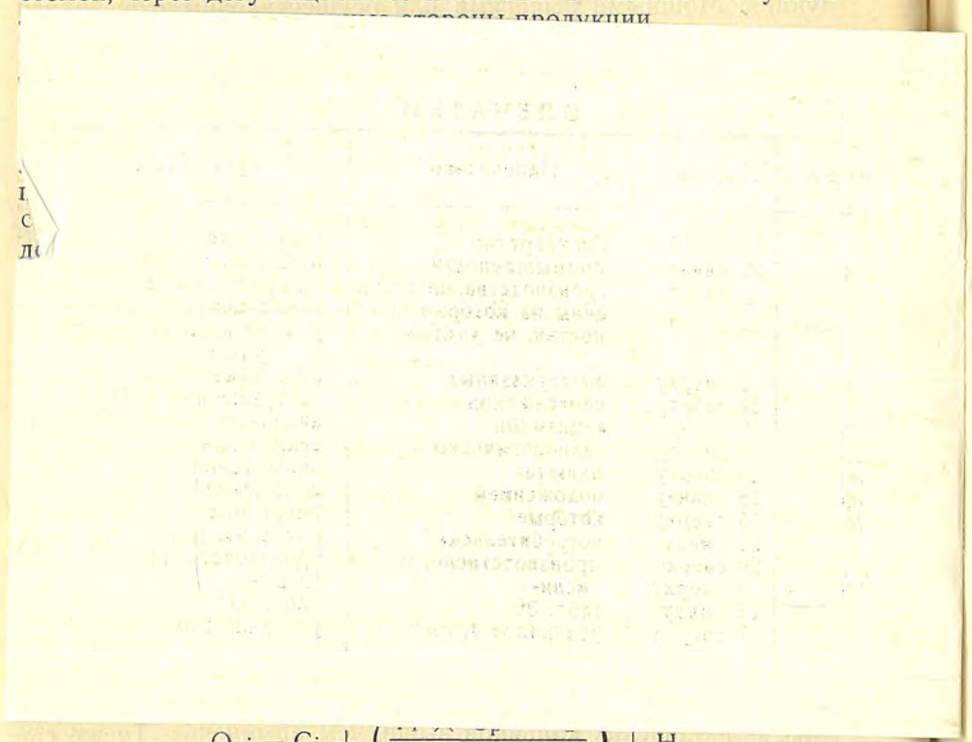
	Водка		Коньяк		Вино сухое		Вино крепленое	
	сумма за 1 дкл	% к итогу	сумма за 1 дкл	% к итогу	сумма за 1 дкл	% к итогу	сумма за 1 дкл	% к итогу
1. Полная себестоимость	3—48	6,3	32—27	40,2	7—82	70,4	9—98	38.7
2. Прибыль	0—18	0·3	4—13	4,9	0—59	5,9	0—38	1,5
3. Оптовая цена	3—66	6,6	36—40	45,1	8—41	76·3	10—36	40,2
4. Налог с оборота	48—62	88,4	38—66	47,9	1—82	16,5	13—56	52,5
5. Торговая скидка	2—72	5,0	5—62	7,0	0—79	7,2	1—87	7,3
в т. ч. расходы розничной торговли	2—51	4,6	5—59	6,91	0—62	5,6	1—46	5·7
прибыль торгующих организаций	0—21	0,4	0—03	0,17	0—17	1,6	0—41	1,6
6. Розничная цена	55—00	100	80—68	100	11—02	100	25—79	100
7. Общие накопления	49—01	89,1	42—82	52,9	2—58	23,4	14—35	55·6

Во-первых, потому что всякие косвенные налоги устанавливаются над ценами тогда, как налог с оборота, как было сказано выше, входит в цену товара. Во-вторых, источником косвенных налогов являлась часть доходов трудящихся, которая от них вымогается при продаже товаров первой необходимости, источником же налога с оборота являлся прибавочный продукт, часть которого в виде налога с оборота поступает в Государственный бюджет.

Из приведенных в табл. 9 данных видно, что удельный вес затрат, произведенных государством на производство и реализацию водки, в ее цене составляет всего лишь 10,9%, в том числе затраты на производство—6,3%, а издержки по реализации—4,6%. В розничной цене на коньяк доля накоплений составляет 52,9%, а издержки производства и реализации вместе взятые—57,1%, по крепленым винам соответственно—55,6% и 44,4%, по сухим винам—23,4% и 76,6%.

Как известно проведенная в стране реформа цен охватила лишь оптовые цены. Она совершенно не затронула розничные цены. Это было продиктовано необходимостью сохранения сложившихся соотношений в распределении национального дохода между государством и населением. И в дальнейшем также предполагается сохранить уровень и соотношение действующих розничных цен. Разумеется, неуклонное повышение производительности труда во всех отраслях народного хозяйства, снижение себестоимости потребительских товаров и увеличение размеров их производства создают необходимые предпосылки для дальнейшего снижения розничных цен. Однако, следует иметь в виду, что снижение розничных цен не является единственным способом повышения реальных доходов трудящихся. В результате снижения розничных цен жизненный уровень всех групп населения повышается примерно в прямой пропорции к величине их денежных доходов. Таким образом, от снижения цен больше всего выигрывают трудящиеся с более высокими доходами. Поставленная Коммунистической партией Советского Союза задача по повышению благосостояния всех трудящихся требует более быстрого роста доходов низкооплачиваемых групп рабочих и служащих, путем повышения их заработной платы, что при сохранении уровня розничных цен повысит реальные доходы в первую очередь низкооплачиваемых работников. Эта политика в области розничных цен, проводимая Коммунистической партией Советского Союза, будет продолжена и в будущем. Однако это не исключает того, чтобы розничные цены на отдельные товары периодически были бы пересмотрены с целью, например, восстановления нарушившегося соотношения между спросом и предложением. Конечно, при социализме соотношение спроса и предложения прежде всего регулируется с помощью производства. Быстрыми темпами увеличивается выпуск тех товаров, на которые имеется большой спрос. Однако тогда, когда в силу объективных причин по отдельным товарам производство сильно отстает от растущего спроса потребителей, создается несоответствие между спросом и предложением, возникает объективная необходимость пересмотра розничных цен на данные товары. Сейчас такое несоответствие возникло между производством коньяка и растущей потребностью потребителей. В 1967 г. в СССР в расчете на душу населения произведено коньяка—0,2 литра; водки—12,7 литра; вина (всех видов)—12,8 литра (табл. 10). В ближайшем будущем, видимо, не будет возможности увеличить производство коньяка в таком размере, чтобы полностью удовлетворить быстро растущие потребности населения. Это связано с ограниченностью сырья (коньячного спирта) и специ-

Конечно, невозможно учесть в цене винодельческой продукции все ее потребительские свойства с математической точностью, тем более, что пока еще не разработаны нормы показателей, которые бы охарактеризовали важнейшие потребительские свойства и общее качество продукции этой отрасли промышленности. А между тем, без таких норм невозможно построение системы цен, которые бы стимулировали повышение качества продукции. Дело в том, что какой-либо единый показатель не в состоянии всесторонне и полностью выразить крепость, выдержку, аромат и пр. данные вин и коньяков. Поэтому для учета цены необходимо разработать какой-то обобщающий показатель, в котором нашли бы возможно полное отражение все качественные показатели винодельческой продукции В виноделии качество, т. е. совокупность потребительских свойств продукции, определяется балльной системой, через дегустационные комиссии. В баллах получают



$$Оц_i = C_i + \left(\frac{\quad}{100}\right) + Н$$

где: Н—надбавка к цене за улучшение качества;
(остальные члены формулы известны).

СОДЕРЖАНИЕ

Глава I. **Реформа оптовых цен в промышленности** . . . 3
1. Влияние новых оптовых цен на рентабельность отраслей промышленности 3
2. Влияние новых оптовых цен на рентабельность предприятий винно-коньячной промышленности Армянской ССР . . 13
3. Структура розничнох цены продукции винодельческой промышленности 22
4. Расчетные цены и регулирование внутриотраслевой рентабельности 26
5. Распределение прибылей и образование фондов материального поощрения 31
Глава II. **Проблемы дальнейшего совершенствования ценообразования в винодельческой промышленности** . . . 43
1. Себестоимость продукции и ценообразование . . . 43
2. Цены на виноград и эффективность виноделия . . . 49
3. Проблема транспортных расходов 67
4. Учет фондоемкости продукции и длительности производственного цикла в ценообразовании 71
5. Качество продукции и цена 77